De Volkskrant zaterdag 15 mei 2021

Webshops

Van dropshippen zou je slapend rijk moeten worden.

Journalist Jeroen van Bergeijk doet een poging met zijn eigen webshop



Het klinkt zo aanlokkelijk: webshopje opzetten, een paar advertenties op Facebook en het geld zou binnen moeten stromen. De spullen gaan rechtstreeks vanuit China naar de klant. Journalist Jeroen van Bergeijk en zijn zoon Nick (21) proberen het zelf met hun webwinkel Toppie Toppie Super Spul. Wie wordt daar beter van?

Door Jeroen van Bergeijk | Fotografie Arno Bosma 14 mei 2021, 15:00

Het is zeventien minuten voor middernacht op een zaterdag, wanneer de eerste bestelling bij onze webwinkel binnenkomt. ‘Ka-tjing’, doet mijn telefoon. Elke keer als iemand iets koopt, laat de app waarmee ik de winkel beheer de kassa rinkelen. Een bevredigend geluid. De eerste klant komt uit Dronrijp, een dorp tussen Leeuwarden en Franeker. Onze webwinkel heet Toppie Toppie Super Spul en we verkopen – toegegeven, totaal overbodige – producten uit China. We, dat zijn mijn 21-jarige zoon Nick en ik.

De slogan van Toppie Toppie Super Spul luidt: ‘Bij ons vind je alleen spulletjes die je gewoon moet hebben. Punt.’ Denk aan voetmassagesokken voor 8,99 euro of een automatische tandpastadispenser voor 12,99 euro. Dat laatste item heeft onze Friese klant aangeschaft. Ik ben benieuwd hoe hij tot deze aankoop is gekomen, maar helaas reageert hij niet op mijn e-mails waarin ik vertel dat ik journalist ben en onderzoek doe naar ‘dropshipping’ – waarover zo dadelijk meer.



De homepage van toppietoppiesuperspul.nl

Nederlandse webshops behaalden in 2020 40 procent meer omzet dan een jaar eerder. De grootste webwinkel van Nederland, Bol.com, deed het nog beter: een omzetstijging van 70 procent, goed voor een bedrag van 4,3 miljard euro – en dat is dan weer kruimelwerk in vergelijking met Amazon, dat wereldwijd voor 320 miljard euro wist te verkopen.

Dat deed bij mij de gedachte ontstaan: zou je daar als kleine krabbelaar niet een graantje van kunnen meepikken? Hoe moeilijk kan het zijn om je eigen webshop te bestieren en een stukje van die gigantische e-commercetaart te bemachtigen?

Ik was niet de enige die dat dacht.

Volgens de Kamer van Koophandel telt Nederland momenteel 81.789 webshops – 24 duizend meer dan voor de coronacrisis.

Ik had het met mijn zoon Nick over mijn webwinkelambities en die zei: je moet eens op YouTube naar filmpjes van Joshua Kaats kijken. Dat deed ik.

Zijn video's hebben titels als:

'100K/MAAND MET E-COMMERCE'

'NIEUWE FERRARI GEKOCHT'

'€ 550.000+ IN 2 WEKEN MET DROPSHIPPING!'

'NIEUWE DROPSHIP MANSION + LAMBORGHINI'

Joshua Kaats is een 25-jarige ondernemer, vlogger en de dropshipgoeroe van Nederland. Dropshippen is de manier waarop je volgens Kaats online goed geld kunt verdienen. Het idee is simpel: je verkoopt spullen zonder zelf voorraad aan te houden. Dus je begint een webwinkel en zodra er een bestelling binnenkomt, stuur je die door naar je leverancier, die het product rechtstreeks naar jouw klant verzendt. Je hoeft dus niets in te kopen, laat staan met pakketjes naar het postkantoor te zeulen. Het enige wat jij moet doen, is een webwinkel bouwen en zorgen dat er klanten naartoe komen. Met een startkapitaal van niet meer dan een paar honderd euro kun je aan de slag.

Het klonk allemaal erg aanlokkelijk en niet al te moeilijk. Ik had mijn bedenkingen – zoals: als het te mooi is om waar te zijn, is het dat meestal ook – maar mijn zoon Nick veegde die van tafel. Als 16-jarige zat hij een tijdje in de sneakerhandel. Dan vloog hij bijvoorbeeld op en neer naar Kopenhagen om een paar exclusieve Yeezy's op de kop tikken, die hij de volgende dag met honderden euro's winst verkocht. Waarmee ik wil zeggen: hij heeft meer zakelijk instinct dan ik. 'We gaan het gewoon doen', zei hij, 'en dan zien we wel.' Zo was het idee voor Toppie Toppie Super Spul geboren.



Believers en critici

Voor mezelf zag ik Toppie Toppie Super Spul vooral als een manier om journalistiek onderzoek te doen naar het fenomeen dropshippen, een fascinerende subcultuur waarvan mensen boven de 25 veelal geen weet hebben. Er zijn goeroes (Kaats is maar een van de vele, vooral jonge mannen die op YouTube uit de doeken doen hoe je moet dropshippen). Er zijn fora, gespecialiseerde software en apps, en vooral veel believers en critici.

De Kamer van Koophandel weet niet hoeveel bedrijven in Nederland zich met dropshipping bezighouden. Ze kunnen wel zeggen hoeveel bedrijven er zijn die het woord ‘dropship’ in hun naam hebben – denk aan Dropshipcenter Lars uit Drachten of Dropship Enzo uit Velserbroek. Dat zijn er momenteel 1.400, een aantal dat al sinds een jaar of drie gestaag stijgt. Maar die 1.400 is hoogstwaarschijnlijk het topje van de ijsberg, want niemand verplicht een dropshipper om te benoemen dat hij dropshipt.

Goedbeschouwd is dropshippen niets meer dan een businessmodel, een logistiek proces. En daar is niets mis mee, maar dropshippen trekt vanwege de laagdrempeligheid ook veel types die het niet zo nauw nemen met eerlijke consumentenvoorlichting. Soms zijn het regelrechte oplichters. Het begint al met schimmig doen over de levertijden. Omdat dropshippers hun spullen veelal vanuit China laten versturen, duurt het soms weken tot maanden voor bestellingen in Nederland arriveren. De winstmarges zijn vaak absurd: spullen die voor een paar dubbeltjes op de Chinese webwinkel AliExpress te koop staan, worden voor tientallen euro’s doorverkocht. Er worden nepreviews geplaatst, de klantenservice is slecht of geheel afwezig en soms worden de gekochte spullen helemaal niet geleverd. Een klassiek voorbeeld is de webwinkel die kerstbomen te koop aanbood en in plaats van een boom een sticker met een kerstboom erop vanuit China liet versturen.

Massage sokken - Reflexologische sokken - One size fits all

van €8,99

-



Pluizenverwijderaar - red die mooie trui

€13,99

-
- **Producten op toppietoppiesuperspul.nl**

Het liep de afgelopen jaren zelfs zo de spuigaten uit dat de Nederlandse overheid een heuse waarschuwingscampagne voor dropshippers opzette: laatjenietinpakken.nl.

Nick en ik wilden het allemaal anders doen, noem het ethisch dropshippen. Dus eerlijk zeggen dat het 25 dagen duurt voordat je je spulletjes in huis hebt, dat die spulletjes uit China komen, netjes antwoord geven op vragen en mensen hun geld teruggeven als ze klagen. Maar voor we zouden beginnen, wilde ik eerst raad vragen bij de kenners.

‘Winnende formule’

Dropshipgoeroe Joshua Kaats heeft zijn eigen opleidingsinstituut, de Dropship Academy. De resultaten die enkele van zijn leerlingen behalen zijn spectaculair, als we de YouTube-video’s mogen geloven. Sommige halen duizelingwekkende omzetten (over winst wordt minder vaak gesproken). Kaats komt in de video’s over als een sympathieke en onvermoeibare promotor van het dropship-businessmodel.

Hij slijt niet alleen zijn Academy – kosten: 1.500 euro –, hij verkoopt ook zijn lifestyle. We zien hem in de sportschool – elke dropshipper lijkt te beschikken over een sixpack en aanzienlijke biceps. We zien hem op Bali aan de rand van een zwembad babbelen met een van zijn cursisten. We zien hem in steeds weer een andere supercar rondrijden. (Over dat laatste: het enige wat ik in traditionele media over Kaats kon vinden was een berichtje uit het *Brabants Dagblad* over hoe zijn gloednieuwe Lamborghini door een cementwagen was overreden.) Hij zegt het niet expliciet, maar hij suggereert het wel: als je zijn 'winnende formule' volgt, kun je met dropshippen in korte tijd binnenlopen en ook in een lambo rijden.

Kaats is een moeilijk te bereiken man, maar begin maart krijg ik hem via Zoom te pakken. Hij is de lockdown in Nederland ontsnapt en slijt zijn dagen in een hotel in Dubai. Achter hem doemt de indrukwekkende skyline van de stad op. Kaats houdt zich sinds 2017 met dropshippen bezig. 'Ik was op vakantie in Thailand en daar ontmoette ik iemand die aan dropshipping deed. Een *digital nomad*. Dat wilde ik ook: de hele wereld over reizen en ondertussen geld verdienen door met een laptopje op het strand te zitten.'

Eenmaal terug in Nederland trok zijn studie Commerciële Economie aan de Hogeschool Utrecht hem niet echt meer. Achter in de klas begon hij zijn eerste webshopje. 'In de eerste maand had ik een omzet van 8.400 euro. Zulk geld had ik nog nooit gezien als student.' Een carrière was geboren. Wat ik van Kaats wil weten, is hoe groot hij de kans op succes voor ons inschat. De concurrentie te groot? Volgens Kaats gaat het allemaal om je 'mindset'. 'Je moet de drive hebben om te slagen. De meeste mensen stoppen op het moment dat het even tegenzit. Ze geven een paar honderd euro uit aan Facebookadvertenties en als dat niks oplevert, houden ze het voor gezien. Maar het is echt een langetermijn-game.' Zijn Academy moet je vergelijken met een abonnement op de sportschool. 'Als je lid wordt van de sportschool, betekent het niet dat je automatisch een goed lichaam krijgt. Je moet blijven trainen, goed eten. Zo is het ook bij ons: we geven je de tools, maar het hangt van jou af.'

Niet altijd succesvol

Ook Daantje Goedhart (23) was een tijdje actief als vlogger en verkocht cursussen onder de noemer Dropship Master$. Hij is een stuk explicieter: 'De kans dat het je geld gaat kosten is veel groter dan dat het je iets gaat opleveren. Nog geen 10 procent van de mensen die hiermee begint, is succesvol.' De video's van Goedhart zien er gelikt uit, gemonteerd vol hippe jumpcuts, als ware hij de commerciële millennial-reïncarnatie van Jean-Luc Godard. Wat me verder voor hem inneemt, is dat hij met lichte zelfspot presenteert, alsof hij er zelf ook niet echt in gelooft. 'Ach ja, die video's', reageert hij gelaten. 'Daar hou ik me niet echt meer mee bezig.' Hij nodigt me uit op zijn kantoortje in Beverwijk, boven een Subway-broodjeswinkel. Een labrador loopt rond. Fitnessapparaten staan in een hoek. Op de tegels in het toilet zijn met viltstift inspirerende quotes geschreven. 'Pain is temporary, pride is forever', 'Be relentless', 'You are a money machine' en 'Helping humanity thrive'.

Na het gymnasium ging Goedhart bij Tata Steel werken, maar wat hij daar zag, beviel allerminst. 'Het was meteen goed verdienen hoor, maar de meeste mensen waren vastgeroest. Ze wilden zich niet meer ontwikkelen.' Goedhart wilde meer. Hij las veel business-zelfhulpboeken, volgde een cursus bij Jia Ruan, een van de eerste jonge Nederlandse goeroes die mensen leren hoe ze online geld kunnen verdienen. Vervolgens zette hij, 19 jaar oud, vanuit zijn slaapkamer zijn eerste

webshop op, Koopwel.nl, waarop hij gadgets, prullaria en huishoudelijke producten verkocht. ‘En toen had ik opeens 150 duizend euro omzet in de maand. Ik wist niet wat me overkwam.’

Natuurlijk ging het mis. Zijn leverancier in China verstuurde pakketjes waarop geen huisnummers stonden vermeld. ‘Dan heb je dus opeens tweeduizend mensen die hun spullen niet krijgen, mensen die je moet gaan terugbetalen. Nee, dat was allemaal niet zo chill.’ Als je nu googlet op Koopwel, kom je nog steeds veel slechte recensies van woedende klanten tegen. Goedhart liet zich er niet door uit het veld slaan. Momenteel runt hij samen met compagnon Daan Bruin twintig webshops in heel Europa en heeft hij in de Filipijnen veertig mensen freelance voor hem werken. De bron van zijn succes? ‘We hebben veel gegamed vroeger. *League of Legends*, dat soort dingen. Daar waren we heel goed in en dat zien we nu terug in het ondernemerschap: het is een spelletje. Waar je levels in hebt en goed in kan worden. Als je het goed speelt, ga je winnen.’



Een trucje

De vraag die mij bezighoudt is: als je zo veel geld kunt verdienen met dropshippen, waarom zou je andere mensen dan vertellen hoe ze dat moeten doen? Kan het zo zijn dat het geld in de cursussen zit, en niet in het dropshippen zelf? Kaats: ‘Ik dropship én geef cursussen. Het dropshippen zelf is best eenzaam. Het is een trucje dat je door moet krijgen. Maar je zit maar alleen achter je laptop. Je bent met je webshop bezig, met advertenties. Met automatiseren. En daar houdt het wel zo’n beetje op. Ik haal meer bevrediging uit de community. Ik zit hier in Dubai bijvoorbeeld in het Paramount Hotel. Het is een echt dropshiphotel, er zitten hier een stuk of twintig dropshippers. Superleuk. Ik vind het tof om andere mensen te helpen hun business op te zetten. Om samen vette dingen te doen.’

In de video’s die Kaats online zet, vertelt hij nooit welke webshops hij zelf beheert of hoeveel hij precies verdient. Waarom die geheimzinnigheid? ‘De kracht van het dropshippen zit in het product dat je verkoopt. Ik ben altijd allerlei producten aan het testen. Als ik zeg: dit is mijn webshop, dan kunnen mensen precies zien wat ik aan het testen ben. En als ik met omzetcijfers ga strooien, gaat iedereen natuurlijk ook dat product verkopen. Dan snijd ik mezelf in de vingers.’ Ook Goedhart wil niet kwijt welke webwinkels hij bezit. Na aandringen noemt hij Koningkoopjes.nl (inmiddels offline gehaald), waarop zaken als een antislip-keukenmat, een draadloze tondeuse en postuurcorrigerende bh’s worden aangeboden. ‘Maar met die webwinkel doen we niet veel meer, hoor.’

‘Jeroen, begin er niet aan’, verzucht mijn boekhouder als ik hem van mijn plannen vertel. Dat dropshippen is volgens hem een boekhoudkundige nachtmerrie, met verschillende btw-tarieven in verschillende Europese landen, met invoerbelastingen en wat al niet (zie kader). Maar na de verhalen van Kaats en Goedhart, die maar een paar jaar ouder zijn dan mijn zoon Nick, zijn wij alleen maar enthousiaster geworden. Uren, dagen achtereen zitten we YouTube-filmpjes van dropshipvloggers te kijken. Tot in de kleinste details wordt uit de doeken gedaan hoe je een webwinkel opzet. Hoe je een logo ontwerpt, welke apps handig zijn om je bestellingen automatisch naar AliExpress te laten doorsturen, hoe je Facebookadvertenties maakt.

Maas in de wet: dropshippers heffen geen btw

Een van de redenen dat dropshippers zo veel geld verdienen, is dat velen geen btw in rekening brengen, en daardoor een concurrentievoordeel hebben ten opzichte van reguliere webwinkels. Hoe zit dat?

Als je als consument een bestelling doet bij een webshop buiten de EU, zoals AliExpress, en het bedrag van de aankoop blijft onder de 22 euro, dan hoef je geen btw en invoerrechten te betalen. Van deze vrijstellingsregeling maken dropshippers dankbaar ‘gebruik’. Fiscalist Raymond Feen, gespecialiseerd in internationale omzetbelasting, legt uit: ‘Bij dropshipping is de grote vraag: wie importeert er nu precies? Is dat de Nederlandse webwinkel? De Chinese leverancier? Of de consument? Dropshippers hanteren het argument: ik ben bemiddelaar tussen de Chinese leverancier en de consument. Tja, als je echt alleen bemiddelt, dan hoef je inderdaad geen btw te heffen.’

Als je ook de algemene voorwaarden van dit soort dropshipwebsites goed leest, blijkt dat ze de verantwoordelijkheid voor btw en invoerrechten bij de consumenten leggen. Meestal gaat dat goed, omdat de waarde van de verkochte producten de 22 euro niet overschrijdt. Feen: ‘Ik krijg de hele tijd dit soort jongens aan de telefoon. Dat zijn echt cowboys hoor, vaak middelbare scholieren nog.

Als ze horen wat ik verdien, lachen ze me uit – terwijl ik dacht dat ik toch een aardig salaris had. Als ik ze uitleg dat het op hun website heel duidelijk moet zijn wie de importeur is, dan roepen ze: ‘Zeur niet, ik weet dat het zonder btw kan.’

Zowel Goedhart als Kaats bevestigt dat hun belastingspecialisten vooroverleg hebben gehad met de Belastingdienst, waaruit zou blijken dat ze geen btw hoeven te heffen. Vijf jaar geleden schatte de EU de misgelopen btw-inkomsten als gevolg van deze vrijstellingsregeling op 5 miljard per jaar. Met de vlucht die online winkelen sindsdien heeft genomen, zullen de misgelopen belastinginkomsten nog veel hoger zijn.

Los van de vrijstellingsregeling wordt er volgens Feen met pakketjes van buiten de EU ook nog eens veel fraude gepleegd. ‘Stel, je koopt een iPhone in China en de webshop die hem naar jou verstuurt zet op de douaneformulieren dat het ding minder dan 22 euro waard is, dan hoef je dus geen invoerrechten of btw te betalen. De pakkans is nagenoeg nihil.’ Dit alles heeft ertoe geleid dat de EU na jaren getouwtrek de btw-wetgeving heeft aangepast. Op 1 juli gaan nieuwe regels gelden en zal over elk pakketje uit het buitenland btw betaald moeten worden. Voor de consument wordt de aankoop van goederen die uit China komen een stuk duurder.

Sluiten

Ik neem ook een kijkje in Kaats’ Dropship Academy (we krijgen gratis toegang), die is opgebouwd uit modules met namen als ‘De succesformule: creëer een 100K Mindset’. Gastdocent Jaap Hulsmann, die zichzelf op zijn website aanprijst als ‘sales-expert’, ‘mindset-trainer’ en ‘invloed-coach’, verklapt ons daarin een geheim. Hij legt uit dat het alfabet een geheime code bevat. Bij iedere letter hoort namelijk een cijfer. Dus de A is een 1, de B een 2, en zo verder. Dan schrijft hij ‘knowledge’ op de flipover. Als je alle letters van dat woord laat corresponderen met hun getallen en die bij elkaar optelt, kom je op 96. ‘En 96 procent van de 100 betekent dat knowledge ongelooflijk belangrijk is als je succes wilt behalen… toch?’

Concurrentie

Informatiever zijn Kaats’ lessen over de grondbeginselen van dropshipping, zoals het vinden van een product dat gaat verkopen. Want als er één ding duidelijk na al die filmpjes, is het wel dat dropshipping voornamelijk draait om het vinden van het ‘winning’ product. De meerderheid van de dropshippers lijkt niet geïnteresseerd in wat ze verkopen – maar uitsluitend dat ze verkopen. Ze speuren AliExpress af naar nieuwe producten en gebruiken gespecialiseerde diensten als Ecomhunt, AdSpy en Niche Scraper om goedlopende spullen te vinden. Maar ja, als je zo’n bestseller vindt, is het onvermijdelijk dat er snel kapers op de kust zijn.

Iemand die daar alles van weet, is Gijs van Beek (22) uit ’s-Gravendeel. Van Beek begon een jaar geleden met de aanschaf van de cursus van Joshua Kaats en zette daarna zijn eigen winkel op: Gadgetactie.nl (inmiddels offline). ‘Ik verkocht spullen die me zelf wel leuk leken. Ik begon te adverteren op Facebook, maar het wilde allemaal niet lopen. Op een gegeven was ik 2.000 euro kwijt, alleen al aan Facebook. Ik had bijna al mijn spaargeld erdoorheen gejaagd en zat echt met mijn handen in het haar.’

Zijn laatste geld spendeerde hij aan een coach. Die leerde hem een trucje waarmee je kon uitvogelen welke advertenties op Facebook goed worden bekeken en veel positieve reacties krijgen. Met die kennis nam Van Beek een antiklit-haarborstel op in zijn assortiment. Het was zijn redding. Van Beek vertelt dat hij in een kwartaal alleen met die haarborstel 150 duizend euro omzet

behaalde, waarvan hij zo’n 70 duizend euro winst overhield. ‘Het was verslavend: het geld stroomde binnen. Maar het liep zo goed dat ik mijn verdere productresearch verwaarloosde, en ook de concurrentie niet goed in de gaten hield. Ondertussen had ik wel een heel team in dienst genomen: iemand voor de teksten op de website, iemand die producten zocht, iemand voor de klantenservice. En opeens liep die borstel niet meer en ging ik van enorme winsten naar een paar duizend euro verlies per week. En dat weken achter elkaar.’

De eerste advertentie

Nick en ik hebben ons huiswerk gedaan. Ik heb een webwinkeltje in elkaar geknutseld. Ik heb de algemene voorwaarden geschreven, een privacybeleid, een verzend- en retourbeleid. Nick heeft producten op AliExpress gevonden en die op de site te koop gezet. We hebben een betalingsprovider geregeld waarmee mensen met iDeal kunnen betalen. We hebben de afhandeling geautomatiseerd, zodat bestellingen met een druk op de knop bij AliExpress worden gedaan en naar onze klanten in Nederland verstuurd.

Maar hebben we ook een ‘winning product’?



Superhandige ophanghaak voor je vloerwisser, bezem of zwabber

van €7,99



Waan je even een zeemeermin - heerlijk dekentje

van €24,99

-

- **Producten op toppietoppiesuperspul.nl**

Wat we hebben geleerd van YouTube, is dat er twee gouden regels zijn: je moet een product hebben met een ‘wow-factor’ of eentje dat een probleem oplost. In de eerste categorie valt ons dekentje in de vorm van een zeemeermin. In de laatste categorie: een superhandige ophanghaak voor je bezem of zwabber. En je hebt natuurlijk de hoofdprijs als het product aan beide voorwaarden voldoet. Wij denken die gevonden te hebben met onze automatische tandpastadispenser.

Jeroen: ‘Wat moet je met dat ding?’

Nick: ‘Ik vind hem cool. En handig.’

Jeroen: ‘En voor welk probleem biedt het een oplossing?’

Nick: ‘Dat je niet meer in je tandpastatube hoeft te knijpen… en dat je geen ruzie meer hebt met je partner over rondslingerende dopjes.’

We besteden een paar dagen aan het begrijpen van de voorwaarden en mechanismen van het adverteren op Facebook. Dan zetten we vol trots onze eerste Facebookadvertentie voor de

Automatische Tandpasta Dispenser online, compleet met veel emoji's, bulletpoints en uitroeptekens, zoals andere dropshippers dat ook doen. Binnen een uur verschijnen de eerste boze reacties. 'Dit komt van AliExpress', schrijft iemand en laat zijn reactie vergezeld gaan van een emoji met een kwaad, rood aangelopen gezichtje. Een volgende heeft zelfs de moeite genomen om uit te zoeken hoeveel onze dispenser op AliExpress kost (3,96 euro). Nick wil de reacties weghalen met als argument dat slechte reacties niet goed voor onze business zijn. Maar het hele idee was om met open vizier te dropshippen. Als we worden 'ontmaskerd' als dropshippers, moeten we niet lafjes de commentaren verwijderen. Ze blijven staan.

Misleid?

Waar komen die boze commentaren vandaan? Staan we misschien op 'Ali vs. de rest'? Die Facebookpagina is de nachtmerrie van de dropshipper die de grenzen van het toelaatbare opzoekt. Dagelijks wordt hier een handvol Facebookreclames doorgelicht en wordt de prijs die de dropshipper rekent vergeleken met wat hetzelfde product op AliExpress kost. Zoals een damesvestje dat webshop Happya.nl voor 39,95 euro verkoopt en dat je op AliExpress voor 13 euro op de kop kunt tikken.

De beheerders van Ali vs. de rest stellen me gerust: Toppie Toppie Super Spul is nog niet gesignaleerd. Gelukkig maar, want geregeld roepen de beheerders van de pagina hun volgers op om dropshipadvertenties op Facebook te overspoelen met reacties. En met 37 duizend actieve volgers heeft dat effect. Advertenties en webshops die op Ali vs. de rest hebben gestaan, worden vaak binnen enkele uren door de eigenaren offline gehaald.

Omdat de beheerders regelmatig worden bedreigd, willen ze me alleen anoniem, via Facebook Messenger, te woord staan. 'Ons probleem met dropshippen is dat deze vaak jonge ondernemertjes over de rug van onwetende mensen snel willen cashen. Op het moment dat er problemen zijn laat 9 van de 10 het afweten, doeken hun shopje op en beginnen gewoon weer een nieuwe.' De beheerders is het erom te doen mensen 'bewust te maken van het businessmodel en de gevaren ervan, zoals het gebruik van giftige stoffen die vaak in Chinese producten verwerkt worden.'

Verder storen ze zich 'aan de misleiding (al 5.000+ tevreden klanten terwijl de shop net één week bestaat) en het achterwege laten van hun bedrijfsgegevens, zodat ze volledig anoniem hun gang kunnen gaan'. Vaak spoort Ali vs. de rest hun aanhang op aangifte te doen bij de Autoriteit Consument & Markt of de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit. 'Heel soms werpt het melden zijn vruchten af, maar naar ons gevoel gebeurt er te weinig met die meldingen.'

'Een stukje verantwoordelijkheid'

Wat vinden dropshipgoeroes eigenlijk van die louche types? Kaats: 'Ik ben de dropshipman, degene die mensen aanspoort om dit te gaan doen, dus er ligt een stukje verantwoordelijkheid voor deze dingen bij mij, maar uiteindelijk is het toch de ondernemer zelf die besluit hoe hij zijn business runt.' Kaats moedigt laakbaar gedrag zeker niet aan. In zijn cursussen legt hij juist de nadruk op goede klantenservice, goed retourbeleid en het vinden van betrouwbare leveranciers. Goedhart: 'Veel mensen zeggen: jij verkoopt spullen voor veel meer geld dan je ze op AliExpress inkoopt, dat deugt niet. Maar ja, zo zit de hele economie in elkaar. Je maakt gebruik van de impuls van mensen. Uiteindelijk kun je natuurlijk beter bij AliExpress kopen, want dan krijg je hetzelfde product. Dat zeg ik ook altijd tegen mijn moeder en oma.'

Goedhart claimt dat hij anders te werk gaat dan de doorsnee-dropshipper – en sowieso de omslag aan het maken is naar een duurzamere onderneming – maar wanneer ik een van zijn winkels bestudeer, Koningkoopjes.nl, blijkt dat je ook hier wordt misleid over hoelang het duurt eer jouw bestelling arriveert (‘Vandaag besteld, morgen gratis verzonden’). Er wordt geen KvK-nummer of adres van de onderneming vermeld. En ook hier een ‘custom reviews’-score van 9.3/10 die duidelijk verzonnen is (er staan geen recensies op Koningkoopjes.nl zelf en er wordt ook niet verwezen naar een externe recensiesite als Trustpilot).

Ik laat een vriend een pluizenverwijderaar bestellen voor 25,95 euro die op AliExpress 1,73 euro kost. Het ding arriveert een paar weken later. Wanneer mijn vriend hem probeert te retourneren, geeft de klantenservice (‘Wij helpen u totdat u tevreden bent’) keer op keer niet thuis. Gevraagd naar een reactie geeft Goedhart toe dat hier iets niet goed is gegaan. De webwinkel is niet echt actief meer zegt hij. Sterker, Goedhart laat zien dat mijn vriend de afgelopen maanden de enige klant was. Hij benadrukt dat een andere webwinkel die hij beheert, Hobbypainter.nl, wel een goede klantenservice heeft. Hobbypainter heeft een score van 4.0 op Trustpilot.

Gelukkig zijn er ook dropshippers die hun zaakjes wel op orde hebben. Zoals Sander DeKorte (37). Tot voor kort werkte hij als podiumbouwer. Zijn vrouw Martine de Jager is musicalzangeres. Door de coronacrisis kwam dat allemaal stil te liggen en moesten ze iets anders verzinnen om in hun onderhoud te voorzien. Op YouTube zag DeKorte een filmpje van Joshua Kaats en daar werd hij ‘toch wel door aangestoken’. Hij zette dierenwinkel ByPetsy op, waarvan zijn vrouw het gezicht werd. Hij maakte afspraken met een Nederlandse leverancier (niet alle dropshippers laten hun spullen uit het buitenland komen) en op de eerste dag kwamen de bestellingen al binnen. Een jaar later koopt hij zelf zijn spullen in, is hij van het dropshipmodel afgestapt en bezorgt hij kattengrit door heel Nederland. Hij stoort zich aan de negatieve berichtgeving over dropshipping, ‘want het heeft mij de kans gegeven mijn bedrijf op te zetten. Ik was redelijk berooid. Ik ben met minder dan 500 euro begonnen, dat had nooit gekund zonder het dropshipmodel.’

Weinig succes

Hoe inspirerend het verhaal van DeKorte ook is, Nick en ik vragen ons af waar we mee bezig zijn. We zijn twee weken verder en we hebben vier bestellingen binnen, waarvan twee van kennissen. Op onze Facebookadvertenties wordt nauwelijks geklikt en de enige reacties zijn van boze mensen. Alleen op onze vrolijke reclame voor het zeemeermindekentje wordt positief gereageerd – maar we verkopen er niet eentje. ‘Dropshippen is nu veel moeilijker’, zegt Gijs van Beek. ‘Iedereen krijgt het trucje door.’ Hij is er in elk geval mee gestopt. En dat was niet alleen omdat hij verlies begon te maken. ‘Ik vond het gewoon niet leuk. Afgezien van het geld gaf het me geen enkele bevrediging. Je bent toch mensen een beetje voor de gek aan het houden. In je achterhoofd weet je dat veel mensen niet blij gaan zijn met wat ze ontvangen. Daar kun je niet omheen.’





Plantenondersteuner - maak je plantjes blij

van €8,99



Vermijd ongelukken: 360 graden 'dode hoek' achteruitkijkspiegel

van €4,99

-

- **Producten op toppietoppiesuperspul.nl**

Na drie weken stopt onze betalingsprovider Mollie de samenwerking met Toppie Toppie Super Spul. Protesteren helpt niet. Door de ballotage van een andere provider, MultiSafepay, komen we niet eens. En als Facebook na een maand meldt dat er 'ongebruikelijke activiteit' op ons account is opgemerkt en we geen advertenties meer mogen plaatsen, komt er een einde aan ons avontuur. De dropshipgoeroes zullen ongetwijfeld constateren dat we niet de 'killer mindset' hebben en opgeven 'als het even tegenzit'. Het zal allemaal wel, met vijf betalende klanten en een totale omzet van 41,91 euro houden we het voor gezien.

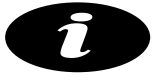
Van mijn hoop om als kleine krabbelaar een graantje mee te pikken van de hausse aan online winkelen is niets terechtgekomen. Sterker, zoals zo vaak zijn de grote jongens de enige die eraan hebben verdiend: Facebook, AliExpress en Shopify (het platform waarop onze webwinkel draaide).

Ik vraag mijn zoon hoe hij terugkijkt op ons dropshipping-avontuur.

'Als ik eerlijk ben, waren onze producten waardeloos en onze advertenties ook', zegt hij. Dus je maakt slechte reclame voor spullen waarin je niet gelooft. Je doet niets nuttigs. Je bouwt niets op, je

hebt geen eigen merk, je moet altijd weer op zoek naar een nieuw product en als je niets vindt, stort je business in. Het enige wat we hebben gedaan, is rotzooi de wereld over schuiven. Ik hoop dat die 17-jarige leerling die overweegt te gaan dropshippen, na lezing van dit artikel denkt: maar effe niet doen dit en gewoon bij de Appie gaan werken.’

Dit artikel kwam mede tot stand dankzij een werkbeurs van het Matchingfonds van De Coöperatie en met medewerking van Nick van Bergeijk.



Verantwoording

Alle klanten van Toppie Toppie Super Spul (Toppietoppiesuperspul.nl) hebben een mail gekregen waarin werd uitgelegd dat de webwinkel een journalistiek project betrof. Iedere klant die dat wenste kon zijn geld terugkrijgen. De webwinkel staat nog online, maar neemt geen bestellingen meer aan.

Hoe herken je een (louche) dropshipwebwinkel?

De meeste dubieuze dropshipwinkels lijken als twee druppels water op elkaar. Ze gebruiken allemaal dezelfde gratis ‘thema’s’ van Shopify, op hun website staan stockfoto’s en de teksten zitten vol spelfouten. Als het adres van de onderneming, het KvK-nummer, het privacybeleid of de algemene voorwaarden ontbreken, weet je vrijwel zeker dat de winkelier te kwader trouw is.

Niemand heeft zin om opzettelijk ondoorgrondelijk geschreven algemene voorwaarden te gaan doorspitten, maar je hoeft er alleen op te letten of de winkel jou laat opdraaien voor het betalen van btw en invoerrechten. Als dat zo is, en als niet duidelijk wordt vermeld wanneer de bestelling arriveert (of wanneer de bestelling 14 tot 21 dagen onderweg is), heb je te maken met dropshippers die spullen van Chinese webwinkels doorverkopen. Wees vooral ook alert op de instinker ‘morgen verzonden’ – want vaak betekent dat: morgen verzonden vanuit China.

Heb je het vermoeden dat je met een dropshipper te maken hebt, dan loont het altijd de moeite even te kijken of het product dat je wilt kopen niet ook op AliExpress staat. Andere veelgebruikte trucjes zijn: alle producten op de site zijn standaard afgeprijsd, een teller vermeldt hoeveel uur de aanbieding nog geldig is en er staan claims als ‘reeds 10.000 tevreden klanten’. Nepreviews herken je door de naam van een van de recensenten te googlen. Doe sowieso nooit een impulsaankoop bij een onbekende webwinkel zonder die eerst te googlen.